

## **„Промоција на туристичките дестинации во нашата земја преку кампањата Истражи ја Македонија“**

Дејан Методијески<sup>1</sup>, Нако Ташков<sup>2</sup>, Татјана Џалева<sup>3</sup>, Оливер Филипоски<sup>4</sup>, Зоран Темелков<sup>5</sup>

### **Апстракт**

Предмет на овој труд е кампањата на Владата на Република Македонија - Истражи ја Македонија. Во трудот ќе бидат дадени општите карактеристики на кампањата и моменталната состојба на снимени видеа за промоција на туристичките дестинации, места и региони во нашата земја. Трудот завршува со коментари, предлози и препораки за перспективите на промотивната кампањата која придонесува за развој на туризмот и популаризација на патувањата на домашните туристи.

Клучни зборови: промоција, Истражи ја Македонија, туризам.

### **1. Вовед**

Туризмот претставува показател за нивото на развој на нашата цивилизација, за некои луѓе е активност за подигање на културното ниво и обновување на здравјето или забава, а за други можност за заработка. Индустријата, која ја започнала својата масовност во 50-тите години на минатиот век, постојано се зголемувала во изминатите 60-тина години во однос на приходите што ги остварува и бројот на луѓето кои се вклучуваат во патувања. Според податоците на Светската Туристичка Организација, повеќе од една милијарда луѓе патувале на меѓународно ниво во 2012 г. во споредба со 25 милиони во 1950 г.<sup>6</sup>

Заинтересираните страни кои се директни учесници во туризмот се многу, но ќе ги споменеме следните: централната и локалните власти, туроператорите, туристичките и угостителските претпријатија, невладините организации, локалното население, културните институции, капацитетите за спорт и рекреација, регионалните организации, туристичките водичи и др. Од почетокот на 21-от век, поради научно технолошкиот развој туризмот е тесно поврзан со информатичките технологии.

---

<sup>1</sup> д-р Дејан Методијески, Универзитет „Гоце Делчев“, Крсте Мисирков бб, Штип, [dejan.metodijeski@ugd.edu.mk](mailto:dejan.metodijeski@ugd.edu.mk)

<sup>2</sup> д-р Нако Ташков, Универзитет „Гоце Делчев“, Крсте Мисирков бб, Штип, [nako.taskov@ugd.edu.mk](mailto:nako.taskov@ugd.edu.mk)

<sup>3</sup> м-р Татјана Џалева, Универзитет „Гоце Делчев“, Крсте Мисирков бб, Штип, [tatjana.dzaleva@ugd.edu.mk](mailto:tatjana.dzaleva@ugd.edu.mk)

<sup>4</sup> м-р Оливер Филипоски, Универзитет „Гоце Делчев“, Крсте Мисирков бб, Штип, [oliver.filiposki@ugd.edu.mk](mailto:oliver.filiposki@ugd.edu.mk)

<sup>5</sup> м-р Зоран Темелков, Универзитет „Гоце Делчев“, Крсте Мисирков бб, Штип, [zoran.temelkov@ugd.edu.mk](mailto:zoran.temelkov@ugd.edu.mk)

<sup>6</sup> [www.unwto.org](http://www.unwto.org) (10.01.2013)

Од аспект на централната власт, туризмот нуди голема можност за отворање на нови работни места во сите региони на нашата земја, а патувањата и туризмот се важни за Македонската економија. Како туристичка дестинација, нашата земја има огромен потенцијал и диверзитет на понуда од природни убавини, богато културно историско наследство, капацитети за сместување и исхрана, човечки ресурси и др.

Официјалните податоци за туризмот во нашата земја, за 2011 год. ни го покажуваат следното. Бројот на туристите во 2011 година изнесува 647 568, од кои 320 097 се домашни туристи, а бројот на странските туристи е 327 471<sup>7</sup>. Во споредба со изминатите години се забележува перманентно зголемување на домашните и на странските туристи во вкупниот број на туристи. Бројот на ноќевањата во 2011 г., изнесува 2 173 034. Кај бројот на остварените ноќевања, домашните туристи оствариле 1 417 868, а странските туристи 755 166 ноќевања.

Доколку ја погледнеме структурата на лица според податоците за годишни одмори во нашата земја<sup>8</sup>, можеме да забележиме дека 74,47% од домашното население во 2011 год. не било на одмор. Од 25,53% кои биле на одмор, 42.37% својот годишен одмор го поминале во земјава, а 53.78% во странство, додека 3.85% го комбинирале својот одмор. Сметаме дека промотивната кампања која е интерес на нашата статија е насочена кон зголемувањето на бројот на патувања на домашното население.

Централен орган во нашата земја кој се занимава со развојот на туризмот е Секторот за туризам и угостителство при Министерството за економија. На второ место се наоѓа Државната агенција за промоција и поддршка на туризмот, чија основна цел е да осмислува адекватна рекламна и маркетиншка политика за македонскиот туризам на национално и меѓународно ниво. Исто така, на различен начин ги потпомага претприемачите во туризмот. Низ светот голем број на влади и национални организации за туризам имаат бројни активности кои се поврзани со промоцијата на туризмот. Како пример ќе ја посочиме официјалната веб страна Посети ја Британија<sup>9</sup>, која има за цел маркетинг на Велика Британија како дестинација во светски рамки и развој на нејзината економија.

Во тој контекст и во насока на промоцијата, како позитивен го оценуваме потегот на Владата на Република Македонија и 29-те снимени репортажи за посета на различни дестинации во нашата земја. Овие репортажи се емитуваат на поголемиот дел од телевизиските канали и се дел од кампањата - Истражи ја Македонија, а се однесуваат на промоцијата на Република Македонија како туристичка дестинација. Во репортажите направени за кампањата главната улога ја игра познатиот македонски

---

<sup>7</sup> „Туризам во Република Македонија, 2007-2011“, Државен завод за статистика, Скопје, 2012

<sup>8</sup> „Патувања на домашното население 2011“, Државен завод за статистика, Скопје, 2012

<sup>9</sup> [www.visitbritain.org](http://www.visitbritain.org) (10.01.2013)

актер Владо Јовановски. Оваа кампања се уште продолжува и во тек е снимањето на нови репортажи.

## **2. Регионална распространетост на снимените репортажи**

Класификацијата на регионите се користи со цел планирање на нивниот развој од страна на институциите на национално ниво. Според нас, развојот на туризмот во Република Македонија би требало да се разгледува преку развојот на регионите. Во нашата земја, малку автори се занимаваат со проблематиката на туристичките региони. Науме Мариноски на пример, прави поделба на три туристички региони западен, средишен и источен. Според Просторниот план на Република Македонија<sup>10</sup>, постојат 10 туристички региони, а во Туристичкиот водич на Македонија, определени се девет туристички региони<sup>11</sup>.

За потребите на статијата земени се статистичките региони, кои иако не се туристички региони сметаме дека се најадекватни за нашата цел, бидејќи развојните документи, задграничните соработки и др. се формираат и одвиваат на основа на оваа регионализација. Номенклатурата на територијалните единици за статистика (НЕТС 1), како основа за прибирање, обработка и публикување на регионална статистика, е воспоставена од страна на Еуростат (статистички уред на Европската Комисија), во соработка со националните статистички институти на земјите членки. Основна цел на класификацијата НЕТС е да обезбеди единствена и унифицирана поделба на територијалните единици на регионално ниво. Продуцирањето (обезбедувањето) на усогласени и споредливи статистички податоци за пазарот на трудот, земјоделството, демографијата, образованието, економијата и др., на ниво на региони, претставува основа за планирање и развој на регионалната политика во Европската Унија<sup>12</sup>. Во таа насока е и донесениот Закон за рамномерен развој на регионите во Република Македонија<sup>13</sup>. Официјално, нашата земја е поделена на осум плански региони, кои служат за статистички, економски и административни цели и тоа: Скопски, Североисточен, Источен, Југоисточен, Вардарски, Полошки, Југозападен и Пелагониски регион.

Од податоците на официјалната веб страна на кампањата Истражи ја Македонија<sup>14</sup>, снимените репортажи по региони можеме да ги претставиме во следната табела.

---

<sup>10</sup>“Просторен план на Република Македонија – Стратегија за просторен развој”, Министерство за животна средина и просторно планирање, 2004

<sup>11</sup> „Туристички водич: Македонија – земја на природата, лулка на културата”, Министерство за економија на Република Македонија

<sup>12</sup>“Регионите во Република Македонија, 2009”, Државен завод за статистика, Скопје, 2010

<sup>13</sup>“Закон за рамномерен регионален развој”, Службен весник на Република Македонија, бр.63 од 22.05.2007

<sup>14</sup> [www.istracijamakedonija.com.mk](http://www.istracijamakedonija.com.mk) (10.01.2013)

Табела бр.1, Регионална распространетост на снимените репортажи

Ред бр.	Регион	Сторија	Број на репортажи
1	Скопски	Матка, Гази Иса Бегова џамија, Скопје	3
2	Полошки	Тресонче и Лазарополе, Јанче, Галичник, Шар Планина	4
3	Југозападен	Скребатно, Струга, Рајчица, Дебар и Косоврасти	4
4	Југоисточен	Вељуса, Смоларски водопад, Дојран	3
5	Вардарски	Бегниште, Демир Капија, од Скопје до Битола со воз	3
6	Источен	Берово, Лесново	2
7	Североисточен	Кратово, Куклица, Кокино	3
8	Пелагониски	Зовиќ и Дуње, Прилеп, Трескавец, Зрзе, Крушево и Цер, Брајчино, Ресен	7

Извор: [www.istracijamakedonija.com.mk](http://www.istracijamakedonija.com.mk)

Од табелата можеме да заклучиме дека најмногу од снимените репортажи или 7 се однесуваат на дестинации кои се наоѓаат во Пелагонискиот регион, а најмалку или 2 за Источниот регион. Останатите региони се застапени со 3, односно 4 видеа. Овие податоци ни укажуваат дека регионите имаат подеднаква застапеност во однос на бројот на репортажи кои се направени за дестинациите во рамките на нивната територија. Во репортажите најчесто се опфатени природните и антропогените вредности на дестинациите кои се препорачуваат за посета.

### 3. Содржина на веб страната Истражи ја Македонија

Истражи ја Македонија е замислена да биде заедница на вистинските љубители на патувањата, историјата, убавината и храната, а наменета е за дружење и размена на сознанија и идеи. Веб страната е дел од кампањата за промовирање на Македонија како атрактивна туристичка дестинација на Владата на Република Македонија, но е вредна и корисна благодарение на учеството на нејзините корисници кои ги збогатуваат нејзините содржини со сопствени информации и искуства. За да може страницата успешно да функционира и да ги споделува своите информации поврзани со патувањата низ Македонија потребно е сите да ги почитуваат основните правила за однесување кои не се тешки за следење. Преку регистрација, постои можност за секој заинтересиран да станете директен учесник во креирањето на туристичката карта на Македонија. Регистрираните корисници можат да пишуваат за приказни кои ги знаат, или пак ги чуле од некој друг, да споделат рецепти за традиционални јадења, за обичаи, фестивали и настани, како и за места каде македонскиот турист ќе може да преспие, да јаде, да посети некоја интересна содржина или да купи локален сувенир. Оваа можност да учесниците можат да ја надоградуваат веб страната ја оценуваме како позитивна.

Веб страната се содржи од 4 сегменти: насловна – во која на картата на Македонија се претставени слики од 29-те репортажи (мојата чудесна земја), стории (29 на број), ваши стории – каде самите учесници пишуваат стории и гурманска патека во која се содржат 19 рецепти од традиционални јадења кои се претставени со фотографии, потребни состојки, начин на подготовка, време на подготовка и тежина на подготовката.

Во креирањето на оваа кампања учествува тим составен од: автори на патеписите, актер, сценарио, режија и продукција, директор на фотографија, тон, светло, монтажа, арт директор, веб дизајн и др.

#### **4. Заклучни согледувања**

Кампањата Истражи ја Македонија е одличен пример за мерка која се превзема од страна на државата насочена кон популаризација на патувањата и туризмот. Позитивните страни на оваа успешна и современа промоција се:

- Репортажи за 29 дестинации низ 8-те региони во земјата;
- Презентација на културното наследство;
- Презентација на природното богатство;
- Можност за секој заинтересиран корисник да ја надополнува и креира туристичката понуда на нашата земја и др.

Наша препорака е овие репортажи да бидат направени на повеќе светски јазици и на јазиците на соседните земји (најголемиот број на странски туристи во Република Македонија се од соседните земји).

#### **Користена литература**

“Просторен план на Република Македонија – Стратегија за просторен развој”, Министерство за животна средина и просторно планирање, 2004

„Патувања на домашното население 2011“, Државен завод за статистика, Скопје, 2012

“Регионите во Република Македонија, 2009”, Државен завод за статистика, Скопје, 2010

„Туристички водич: Македонија – земја на природата, лулка на културата”, Министерство за економија на Република Македонија

„Туризам во Република Македонија, 2007-2011“, Државен завод за статистика, Скопје, 2012

“Закон за рамномерен регионален развој”, Службен весник на Република Македонија,  
бр.63 од 22.05.2007

**Интернет страни**

[www.visitbritain.org](http://www.visitbritain.org)

[www.unwto.org](http://www.unwto.org)

[www.istracijamakedonija.com.mk](http://www.istracijamakedonija.com.mk)